

Парадокс инновации как необходимый способ трансформации ценностной культуры

Данная работа методологически разделена на три стратегии-модели, которые в совокупности составляют единую концептуальную основу проблематики. Каждая из моделей раскрывает теоретико-онтологическую сторону концепта инновации и расширяет общее поле его понимания и осмысления.

Стратегия парадокса инновации

Инновация часто воспринимается как уценка уже сформировавшихся, устойчивых ценностей, прежде чем она воплощается в форму новой культурной ценности. Нарушение конвенциональных границ культурно ценного может быть охарактеризовано и как повышение ценности обыденного пространства, и как упразднение ценностных иерархизированных моделей [1, с. 80]. В этом обнаруживается парадокс инновации, заключающийся в том, что трансформация культурных ценностей становится возможной через процедуру уценки. В то же самое время возможность ухватить стратегию переоценки ценностей представляется сложной в общей культурно-экономической логике: в разное время проявляются различные стороны этой переоценки. В этой связи возникает проблема обоснования значимости самой инновации как феномена культурно-ценностной ориентации, которая приводит не столько к снижению ценности культуры как таковой, сколько к повышению ценности самой инновации. Данный парадокс инновации отсылает к тому, что инновация стремится занять нишу необходимого атрибута ценностной культуры, избегая при этом соблюдения легитимных «дискурсивных игровых правил» [2, с. 131].

Модель культурной архивации

Парадокс инновации специфичен еще и потому, что он связан с архивной культурой. Важным аспектом ценностной иерархии культуры является то, что инновация априори включается в архивы, но не за счет мощи своего инновационного воздействия, а за счет следования логике культуры. Инновация связана, таким образом, с процессом архивации, в результате которого ценность как таковая начинает возрастать через свидетельство инновации; данное свидетельство фундирует ценность не только для определенных субъектов, но и для всей культурной памяти в целом. Архивации – это культурологический медиатор для инновации. В этой парадоксальности инновационного повышения ценности, включающей в себя ценностную культуру и пространство обыденного, нет ничего произвольного и случайного, поскольку это обусловлено внутренней логикой целостной культуры. Очевидным становится тот факт, что между давлением профанного и присвоением культурной ценности нет прямой связи. Культура может быть подвергнута внешнему давлению, а культурная память стерта [3, р. 98]. Но механизмы культуры способны осуществлять свою работу в относительной независимости от всякого прямого давления. Инновация здесь скорее служит имманентным самой культуре жестом уравнивания «эгалитарного» и «низменного», что придает ценность самому этому жесту с художественной и социально-экономической точек зрения. Культура, таким образом, осуществляет мутацию внешнего пространства в органичное гиперпространство, включающее в себя разнородные внекультурные позиции [4, с. 154]. Это в целом знаменует собой оптимальную и органичную структуру реляционных процессов, которые уравнивают через инновацию культурные пласты художественной реальности и повседневности. Реляция через культурно-социальные практики совмещает эти гетерогенные позиции в новых формах искусства, которые возникают благодаря активному взаимодействию субъектов [5, с. 43].

Инновация как логика очевидности: модель буквальности

Вопрос о смысле инновации – это вопрос об отношении инновации к внекультурной реальности, который уже включен в экономику культуры. Для культуры релевантен не смысл инновации, а ее ценность.

Профанное благодаря ценности инновации само становится ценностью и получает возможность войти в культурную память согласно принятым правилам этой культуры. Можно сказать, что инновация является успешным катализатором в том случае, если граница между культурной памятью и профанным пространством преодолевается: логика культуры как целого сохраняется и дополняется архивированием гетерогенных условий существования культурных пластов [6, с. 306]. В этом случае инновация будет состоявшейся как культурный трансформатор. Эта логика отсылает к очевидности культурно значимых ценностных процессов формирования теоретических рамок определения инновации.

Библиографические ссылки

1. *Гройс Б.* О новом. Опыт экономики культуры. М., 2015. 240 с.
2. *Лиотар Ж.-Ф.* Состояние постмодерна. М. ; СПб., 1998. 160 с.
3. *Derrida J.* D'un ton apocalyptique adopté naguère en philosophie. Paris, 1983. 98 p.
4. *Джеймисон Ф.* Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма. М., 2019. 808 с.
5. *Бурио Н.* Реляционная эстетика. Постпродукция. М., 2016. 216 с.
6. *Фуко М.* Археология знания. СПб., 2004. 416 с.